

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de toamnă 2008

În perioada 1 septembrie – 14 decembrie 2008 a fost realizat valul de toamnă al *Studiului de Audiență Radio* de către IMAS – Marketing și Sondaje SA și Mercury Research SRL.

În cadrul cercetării s-a măsurat audiența posturilor de radio la nivel urban și în orașul București.

Eșantionul urban a avut un volum de 8.310 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1.08% iar în București s-au realizat 1.891 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 2.25%).

Universul

Universul *Studiului de Audiență Radio* este format din persoanele în vârstă de 11 ani și peste, rezidente în locuințe neinstituționalizate din toate localitățile urbane. Conform datelor statistice ale INSEE disponibile la data de 01.07.2008, mărimea acestei populații este de 10.658.658 persoane.

Eșantionul

Studiul de Audiență Radio s-a realizat pe baza unui eșantion de tip probabilist, stratificat, cu extracție multistadială.

În eșantion au fost incluse toate localitățile urbane de peste 30.000 de locuitori (72 orașe), iar pentru stratul de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori au fost selectate aleator 66 de orașe cu un volum mediu de 20 interviuri pe fiecare oraș selectat.

Localitățile selectate în eșantionul pentru realizarea SAR au o distribuție geografică echilibrată la nivel național.

Selectarea persoanelor de interviuat la nivelul fiecărei localități a fost realizată pe baza cadrului de eșantionare oferit de bazele de date ale Institutului Național pentru Evidența Persoanelor pentru populația în vârstă de 11 ani și peste, aplicînd o procedură de selecție aleatoare.

Metoda de măsurare a audienței

Măsurarea audienței posturilor de radio în cadrul SAR s-a realizat pe baza metodei rememorării audienței din ziua precedentă (*Day After Recall*), la care apelează cele mai multe din sistemele de măsurare existente pe plan internațional, metodologie recomandată de EBU (*European Broadcasting Union*) și ESOMAR (*European Society for Opinion and Marketing Research*).

În vederea înregistrării cât mai corecte a secvențelor de ascultare a posturilor de radio în ziua precedentă, respondenții au fost asistați cu lista posturilor de radio și prin reconstituirea principalelor activități desfășurate de ei în cursul zilei anterioare interviului, în raport cu care au fost înregistrate intervalele de ascultare.

Procesul de culegere a datelor în teren

Culegerea datelor din teren pentru SAR a fost realizată de două institute de cercetare (eșantioane egale), prin interviuri față în față, realizate la domiciliul respondenților, pe baza procedurii creion-hîrtie (chestionar tipărit).

Durata perioadei de interviuare: 15 săptămâni de interviuare continuă.

Culegerea datelor din teren s-a realizat după o planificare echilibrată a interviurilor pe localitate, zi a săptămânii, de-a lungul celor 15 săptămâni de interviuare continuă.

Durata medie a interviului: 21,5 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel urban:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	6318,8	59,3	100
Radio 21	1044,4	9,8	10,1
Radio Antena Satelor	243,5	2,3	4,3
Radio Europa FM	1354,6	12,7	15,1
RFI România	33	0,3	0,1
Radio InfoPro	204,4	1,9	2
Radio Kiss FM	1495,1	14	14,1
Radio Magic FM	197,9	1,9	1,8
Radio Național FM	44,7	0,4	0,4
Radio ProFM	670,6	6,3	6,3
Radio România Actualități	1375,3	12,9	16,1
Radio România Cultural	75,8	0,7	0,7
Radio Romania Regional	757,9	7,1	8,3
Alt post	1745,2	16,4	20,8

Rezultatele Studiului de Audiență Radio în București:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	1038	58,7	100
Radio 21	284,1	16,1	16
Radio Antena Satelor	46,2	2,6	4,4
Radio City FM	12	0,7	0,7
Radio Europa FM	108,5	6,1	5,6
RFI România	1	0,1	0
Radio Gold FM	8,8	0,5	0,5
Radio Guerrilla	41,5	2,3	2,9
Radio InfoPro	17,4	1	0,9
Radio Itsy Bitsy	4,7	0,3	0,2
Radio Kiss FM	246	13,9	10,4
Radio Magic FM	74,4	4,2	4,1
Radio Național FM	3,9	0,2	0,1
Radio One FM	23,7	1,3	1,4
Radio ProFM	109,6	6,2	5,7
Radio ProFM Dance	6,3	0,4	0,1
Radio România Actualități	264	14,9	22
Radio România Cultural	17,1	1	1,3
Radio România Regional	18,6	1	1,1
Radio Romantic FM	105,3	6	6,8
Radio Smart FM	4,9	0,3	0,3
Radio Sport Total	16,2	0,9	0,7
Radio Vibe FM	61,6	3,5	3,2
Alt post	200,3	11,3	11,5

Marius STRÂMBEANU
Director Executiv

ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ
<http://www.audienta-radio.ro/>